COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 30 octobre 2015

Mediametrie

L'audience de l'internet en France en septembre 2015

1 Français sur 4 sur les sites de Formation / Education en ce mois de rentrée scolaire

En septembre 2015, 14,9 millions d'internautes (32,1%) se sont rendus au moins une fois sur un site de la sous-catégorie « Formation / Education », soit près d'un quart de la population française. Cette sous-catégorie a attiré 844 000 visiteurs uniques supplémentaires par rapport à septembre 2014.

La progression des sites de Formation / Education est portée par le développement des sites de cours en ligne et d'outils scolaires numériques. Parmi les plus fortes progressions de la sous-catégorie*, Babbel arrive en tête en doublant son audience mensuelle en un an.

Chaque jour, 1,8 million d'internautes ont visité au moins un site de Formation / Education. Chacun a consacré en moyenne 9 minutes et 31 secondes à surfer quotidiennement sur ces sites et a consulté 8 pages en moyenne.
C'est en début de semaine que les internautes sont les plus nombreux à se rendre sur ces sites : on comptait plus de 2 millions de visiteurs uniques en moyenne les lundis, mardis et mercredis.

Les sites de Formation / Education ne s'adressent pas uniquement aux élèves et étudiants, mais aussi aux parents et professeurs. Le visiteur unique moyen de cette sous-catégorie a près de 40 ans (39,6 ans), soit 2 ans de moins que l'internaute moyen.
Un visiteur de ces sites sur 3 est âgé de 35 à 49 ans (33,3%) alors que cette tranche d'âge représente un quart (24,9%) des internautes français.
Les femmes sont plus intéressées par ces sites que les hommes : elles constituent 53,9% de l'audience de la sous-catégorie. Cet attrait se retrouve aussi chez les CSP+ qui représentent 40% de l'audience des sites de Formation / Education.
On remarque également que les internautes vivant dans un foyer avec enfant(s) âgé(s) de 2 à 17 ans représentent plus de la majorité de l'audience de cette sous-catégorie (55,4%).

Top 5 des sites de Formation / Education dont l'audience a le plus progressé entre septembre 2014 et septembre 2015 *

Marques	Nombre de Visiteurs Uniques mensuels	Couverture Internautes	Evolution de l'audience en 1 an
babbel	596 000	1,3%	101,0%
Maxicours.com	682 000	1,5%	65,1%
Anglaisfacile.com	891 000	1,9%	56,7%
IndexEducation.com	1 711 000	3,7%	52,7%
E-Lyco	614 000	1,3%	46,9%

* Dont la couverture est >= 1%

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – septembre 2015 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google *	40 324 000
2	Microsoft *	34 197 000
3	Facebook *	24 937 000
4	Orange *	21 022 000
5	Webedia	20 014 000
6	Solocal Group	19 611 000
7	CCM Benchmark Group	19 189 000
8	Amazon *	17 187 000
9	Schibsted	17 161 000
10	Groupe Lagardere	16 055 000
11	Wikimedia Foundation	15 628 000
12	Iliad	15 547 000
13	Groupe Auchan	12 852 000
14	M6 *	12 795 000
15	Groupe Le Monde	12 673 000
16	Yahoo *	12 631 000
17	Groupe Figaro	12 492 000
18	Vivendi *	11 963 000
19	Prisma Media	11 894 000
20	La Poste	11 631 000
21	Groupe TF1	11 608 000
22	Groupe Casino	11 347 000
23	Groupe Credit Agricole	11 190 000
24	Groupe Amaury	10 630 000
25	francetélévisions	10 401 000
26	Ministere de l Education Nationale	10 400 000
27	Groupe Numericable - SFR *	10 384 000
28	eBay *	10 312 000
29	Gouvernement Francais	10 028 000
30	auFeminin	9 726 000
31	Association VideoLAN *	9 286 000
32	Altice Media Group	9 095 000
33	SNCF France	8 939 000
34	Fnac	8 861 000
35	Dailymotion	8 851 000
36	Next Radio TV	8 845 000
37	Apple Computer *	8 379 000
38	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	8 043 000
39	Meteo France	7 595 000
40	Mondadori	7 413 000
41	Carrefour	7 375 000
42	Societe Generale	6 730 000
43	Michelin	6 640 000
44	Pole Emploi	6 465 000
45	20 Minutes France	6 210 000
46	Tripadvisor	5 978 000
46	E.Leclerc	5 978 000
48	Assurance Maladie	5 881 000
49	PriceMinister	5 848 000
50	Kingfisher	5 838 000

* Suite à un incident technique temporaire, la technologie de mesure de notre partenaire Nielsen n'a pu enregistrer une partie du surf réalisé sur certaines **Applications Internet**. Les résultats des Groupes et Marques incluant des Applications, signalés par un astérisque, doivent être interprétés avec précaution.

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – septembre 2015 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

L'audience de l'internet en France en septembre 2015

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google *	39 247 000	15 170 000
2	Facebook *	24 828 000	7 409 000
3	Microsoft *	23 980 000	3 337 000
4	YouTube	22 058 000	3 630 000
5	Orange - T *	19 215 000	5 262 000
6	Leboncoin.fr - TS OJD	17 161 000	3 048 000
7	Windows Live *	17 089 000	2 818 000
8	Amazon *	16 886 000	1 830 000
9	PagesJaunes	15 772 000	1 395 000
10	Wikipedia	15 359 000	1 612 000
11	Free	14 767 000	1 864 000
12	Skype *	14 399 000	3 800 000
13	Yahoo - T *	11 592 000	2 412 000
14	France Televisions - TS OJD	10 401 000	903 000
15	Cdiscount	10 269 000	818 000
16	Blogger	10 266 000	857 000
17	CommentCaMarche - TS	9 686 000	620 000
18	SFR *	9 593 000	1 754 000
19	Le Figaro - TS OJD	9 300 000	876 000
20	Videolan *	9 278 000	1 408 000
21	Dailymotion - TS	8 851 000	638 000
22	Fnac	8 783 000	601 000
23	Apple *	8 374 000	849 000
24	Linternaute.com - TS	8 298 000	534 000
25	MSN - T *	8 237 000	1 611 000
26	Outlook (Outlook.com)	8 179 000	1 866 000
27	eBay *	8 053 000	1 017 000
28	OverBlog	7 951 000	520 000
29	Le Monde - TS OJD	7 908 000	780 000
30	Meteo France - TS	7 595 000	855 000
31	Credit Agricole	7 423 000	1 373 000
32	impots.gouv.fr	7 336 000	444 000
33	Service-Public.fr - TS OJD	7 326 000	429 000
34	Mappy	7 183 000	498 000
35	AlloCine - TS	7 118 000	578 000
36	Bing	7 044 000	982 000
37	Voyages-Sncf.com	7 023 000	483 000
38	Carrefour	6 768 000	512 000
39	Tele Loisirs - TS OJD	6 743 000	954 000
40	L Equipe - TS OJD	6 624 000	953 000
41	Marmiton - TS	6 565 000	401 000
42	Pole Emploi	6 455 000	664 000
43	20minutes.fr - TS OJD	6 210 000	533 000
44	Le Journal des Femmes - TS	6 198 000	360 000
45	MYTF1 - T	6 118 000	636 000
46	LA POSTE	6 092 000	1 069 000
47	ViaMichelin - TS	6 041 000	392 000
48	Doctissimo - TS OJD	6 030 000	344 000
49	TripAdvisor	5 978 000	374 000
50	Assurance Maladie	5 880 000	433 000

* Suite à un incident technique temporaire, la technologie de mesure de notre partenaire Nielsen n'a pu enregistrer une partie du surf réalisé sur certaines **Applications Internet**. Les résultats des Groupes et Marques incluant des Applications, signalés par un astérisque, doivent être interprétés avec précaution.

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – septembre 2015 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'octobre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**OJD** sont notifiés d'un « **TS OJD** »

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'octobre 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Médiamétrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
Ilellouche-filliau@mediametrie.fr